

Viktoria Hausegger, Wien

Serie Praxismarketing

## Das Arzt-Patienten-Gespräch

Im sensiblen Umfeld der Zahnarztpraxis ist die Qualität der Kommunikation ein entscheidendes Erfolgskriterium.

Die Erwartungen der Patienten haben sich in den letzten Jahren stark verändert, und mit ihm das Bild des Zahnarztes. Der Zahnarzt von heute wird als Gesundheitsberater angesehen, als Partner, wenn es darum geht, die eigene (Zahn-) Gesundheit und Ästhetik zu erhalten. Der Besuch in der Praxis wird als hochwertige, individualisierte Dienstleistung angesehen, aber nur dann, wenn in der Praxis patienten- und serviceorientiert gedacht und gehandelt wird.

Hier steht das Bedürfnis der Patienten nach Information an oberster Stelle: Im gleichen Maße, wie der Patient vom Zuzahler zum Bezahler wird, wird die Qualität der Kommunikationskultur zum Kriterium für die Wahl der Zahnarztpraxis.

### Kommunikation – reine Nebensache?

60 bis 80 Prozent seiner Tätigkeit verbringt der Arzt im Gespräch mit



Freundliches Entgegenkommen und eine gute Kommunikation sichern eine stabile Arzt-Patienten-Beziehung: eine „win-win“-Situation.

dem Patienten. Das ist jedoch den meisten Zahnärzten nicht bewusst – auch nicht, wie wichtig die Kommunikation gerade in diesem Beruf ist. Sie wird, im Vergleich mit den Möglichkeiten der modernen Medizin, eher als Nebensache angesehen, und genau so verhalten sich (noch) viele Zahnärzte.

Die enge Bindung ist wichtig für den therapeutischen Erfolg: Nur bei gutem Kontakt können gute Ergebnisse erzielt werden. Die funktionierende Arzt-Patientenbindung ist andererseits auch ein Wirtschaftsfaktor für jede Praxis. Die so genannten „Soft Skills“ sind, unabhängig vom medizinischen und fachlichen Wissen, ein entscheidender Faktor jedes beruflichen Erfolgs.

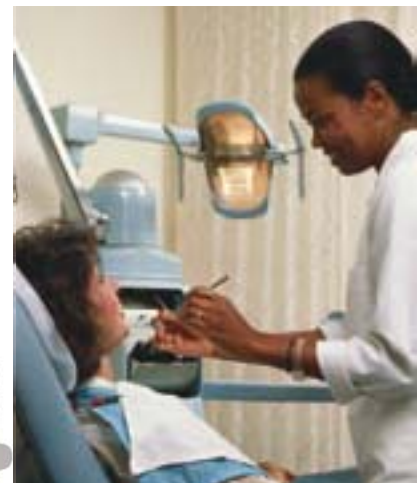
### Häufige Fehler

Leider passieren im Ordinationsbetrieb z.B. häufig Gesprächsunterbrechungen, welche dem Patienten vermitteln, dass er nicht genug geschätzt und verstanden wird. Nach wie vor werden Patienten mit vielen Begriffen konfrontiert, die sie nicht verstehen und die unter Umständen sogar Angst erzeugen. Sie wechseln die Praxis.

Sie und Ihr Team merken das leider häufig zu spät, um reagieren zu können. Mit hoher Wahrscheinlichkeit haben diese Patienten zwischenzeitlich jemanden gefunden, dem Sie vertrauen (können).

### Das gute Gespräch

Vermeiden Sie „Fachchinesisch“, besonders in Gesprächen mit Patienten. Sprechen Sie mit den Menschen in der für sie verständlichen, positiven Sprache. – Für Mediziner ist es noch schwieriger als für andere Menschen, Positives zu sehen, denn gerade in der Medizin wird der



Nur bei gutem Kontakt können die gewünschten Ergebnisse erzielt werden.



Die Instruktion in Dentalhygiene sollte im Idealfall allen Beteiligten Spaß machen.

Fokus auf Defizite gerichtet und nicht auf das, was „funktioniert“.

„Programmieren“ Sie Ihre Sprache und die Sprache Ihres Teams positiv:

- Eine effektive, positive Sprache bedeutet Wertschätzung, die wir unseren Gesprächspartnern entgegenbringen.
- Ich-Botschaften sind sehr wertvoll, besonders dann, wenn Sie selbst emotional betroffen sind.



© Buenos Dias / photos.com

Der erste Kontakt mit der Zahnarzt-Ordination erfolgt meist am Telefon – hier entsteht der erste Eindruck. Dies sollte allen, die das Telefon an der Rezeption bedienen, bewusst sein.

- Wenn Sie einen Standpunkt vertreten, ist es sinnvoll, diesen als eigene Meinung darzustellen und nicht als eine allgemein gültige Weisheit.
- Möchten Sie etwas Positives ausdrücken, vermeiden Sie das Wort „nicht“ (nicht schwer, nicht schlecht ...)
- Vermeiden Sie „keine Sorgen machen“, „keine Angst haben“.
- Die W-Fragen (warum, weshalb und wieso) führen in Probleme und nicht zu Lösungen.
- Das Wort „aber“ erschwert die Kommunikation, „und“ erleichtert sie.
- „Müssen“ erzeugt Druck und dieser automatisch Widerstand.
- „Versuchen“ bedeutet nicht, etwas zu tun.
- Vermeiden Sie Weichmacher und Konjunktive in Ihren Gesprächen – sie verringern Ihre Erfolgchancen enorm.

Holen Sie sich gelegentlich auch Hilfe: Erfahrene Trainer bringen in Workshops und Seminaren das Wesentliche auf den Punkt. Das spart Zeit und Geld und steigert zudem die Motivation Ihres Teams und die Zufriedenheit Ihrer Patienten.

**Information zu praxis-relevanten Workshops:**  
www.mehrwertmarketing.at

www.mehrwertmarketing.at

**mehrwert.**  
für Ärzte und Apotheker  
Marketing, das gezielt bewegt

- Professionelles Marketing für die Arztpraxis – gezielt und effektiv
- Seminare, Workshops und Schulungen für das erfolgreiche Unternehmen Arztpraxis

## Geförderter Kompaktlehrgang „Die professionelle Arzt-Assistentin“

Die Erfolgskompetenz des Praxisteam wird immer mehr zum Wettbewerbsfaktor!

Die Förderung beträgt 2/3 der Kurskosten; bei Mitarbeiterinnen über 45 Jahren sogar 3/4 der anerkannten Kurskosten!

**LESER DER STOMATOLOGIE ERHALTEN ZUSÄTZLICH 10% SONDERRABATT!**

Lehgangsinhalte des 5-teiligen Kompakttrainings:

- **Kommunikation u. Telefon – Visitenkarte Ihrer Ordination; der erste Eindruck zählt (2-teilig)**
- **Der erfolgreiche Umgang mit schwierigen Patienten**
- **Zeit und Persönlichkeit: Typgerechtes Selbstmanagement im Alltag**
- **Souveränes Auftreten – mit Patienten richtig gut umgehen**

**Termine Herbst 2009:**

**Innsbruck, Kanzlei Ärzteservice Horst Jünger**

Fr. 2. 10., Sa. 3. 10. u. Sa. 14. 11. 2009

**Vorschau 2010:**

**Februar 2010 Wien, Detailinfos ab September 2009**

**Förderung Rabatt nutzen und rasch anmelden – die Teilnehmerzahl ist auf 14 Personen begrenzt! Wir helfen Ihnen bei den Fördermodalitäten.**

Kosten ohne Förderung und Rabatt: Euro 995,-/TeilnehmerIn, inkl. ausführlichen Unterlagen und Checklisten für den Praxisalltag, exkl. Ust.

**Unverbindliche Informationen und/oder Anmeldung:**

Tel: + 43 (0) 664 – 460 16 35 – Viktoria Hausegger, oder [www.mehrwertmarketing.at](http://www.mehrwertmarketing.at)